

RESULTATEN

NUDGE EXPERIMENT

BELGEDRAG MBO STUDENTEN

In opdracht van Dienst Uitvoering Onderwijs
Juli 2021

Er zijn veel factoren die het belgedrag van studenten beïnvloeden. Zo wordt er, logischerwijs, vaker gebeld als DUO over een bepaald onderwerp communiceert. En dat is ook niet erg, het beantwoorden van vragen is onderdeel van de dienstverlening. Maar bellen terwijl het eigenlijk niet nodig is, zorgt voor lange wachtrijen voor studenten die het wél echt nodig hebben. In dit gedragsexperiment onderzochten we hoe we mbo studenten konden motiveren zelf op zoek te gaan naar antwoorden of vertrouwen te hebben in hun eigen kennis die vaak juist blijkt.

Managementsamenvatting

AANLEIDING

De telefonische bereikbaarheid van DUO is al enige tijd een aanhoudend punt van zorg. Studenten en debiteuren hebben soms te maken met lange telefonische wachttijden, voordat ze door een medewerker van DUO worden geholpen. Mbo studenten zijn met 40% (± 340.000 mbo studenten) de grootste groep klanten van DUO. Daarnaast blijkt dat ze als groep verantwoordelijk zijn voor 46% van de telefoontjes naar DUO. Zij vormen hiermee dan ook een grote groep bellers.* DUO heeft daarbij de wens om te onderzoeken waarom mbo studenten zoveel meer bellen dan andere groepen.

INZICHT IN GEDRAG

Uit interviews met het klantcontactcentrum en een uitgebreide vragenlijst onder 1510 mbo studenten blijkt dat zij door een lage self-efficacy (weinig vertrouwen in het eigen kunnen) sneller geneigd om de telefoon op te pakken en DUO te bellen. Bij een lage self-efficacy denken studenten minder snel dat ze zelf in staat zijn om de juiste informatie te vinden of een besluit te nemen.

Daarnaast blijkt er sprake van een hoge 'need for closure', een psychologisch begrip dat staat voor de behoefte aan zekerheid. We houden van duidelijkheid en vermijden daarom graag onzekerheden. Een bijzonder effect van een hoge need for closure is dat men minder geduld heeft om bijvoorbeeld informatie te zoeken. We willen graag zo snel mogelijk zekerheid hebben: door te bellen.

3 NUDGES

In een A/B test zijn drie duwtjes getest op duo.nl, specifiek op het onderwerp lesgeld. Over dit onderwerp wordt veel gebeld en is enkel voor mbo studenten relevant waardoor de kans klein is dat dit door hbo of wo studenten wordt bekeken.** Ieder duwtje bevatte 2 interventies op achtereenvolgende web pagina's: op een lesgeldpagina en de contactpagina van duo.nl:

1 | Aanmoedigen (self-efficacy vergroten)

Vaak blijkt dat studenten eigenlijk het antwoord al hadden, maar dat het gebrek aan zelfvertrouwen ze in de weg staat. Een eerste stap naar minder telefoontjes, is dan ook eigenlijk heel logisch: door studenten aan te moedigen. Daarom werd aan de webpagina o.a. de tekst "Goed dat je de tijd neemt om dit te lezen! Alle informatie vind je op deze pagina's".

2 | Kijken naar gelijke anderen (self-efficacy vergroten)

Mensen die op ons lijken, vertrouwen we meer. Onze situaties zijn namelijk vergelijkbaar met die van hen. Het geeft ons onder andere informatie over het behalen van doelen en gepastheid van gedrag.

We bepalen hierdoor mede onze eigen self-efficacy. Daarom is o.a. de tekst "Alle informatie over lesgeld vond ik hier. Het is fijn om te weten dat ik alles nu zelf kan regelen - Carlissa, mbo student" toegevoegd.

3 | Kracht van de groep (closure bieden)

In onzekere situaties laten we ons eerder leiden door wat de meerderheid doet. Door gebruik te maken van herkenbare principes zoals 'ratings' en letterlijke teksten over wat de meerderheid doet en vindt, gebruiken we de kracht van de groep om een gevoel van zekerheid te bieden. Daarom is o.a. de tekst "Deze informatie geldt voor 90% van alle mbo studenten" toegevoegd.

RESULTATEN & CONCLUSIE(S)

Uit de data-analyse blijkt dat alle condities een positief effect hadden op de conversie ratio naar de contactpagina. De relatieve daling varieert tussen ±50% tot ±70%; gemiddeld 65%. Dit betekent dat de duwtjes op de webpagina van duo.nl ervoor zorgden dat in deze groepen de contactpagina significant minder vaak bezocht is dan in de controlegroepen. De conditie 'kracht van de groep' blijkt het grootste effect te bereiken, met **een afname van 71,3%** (terwijl de afname in de groepen 'aanmoedigen' en 'gelijke anderen' 51,0% en 54,4% was).***

Het is echter onduidelijk in hoeverre deze forse daling in conversie naar de contactpagina ook resulteerde in een vergelijkbare daling in daadwerkelijke telefoontjes naar DUO. Dit omdat het gedurende het onderzoek bleek dat het ook mogelijk is om via andere wegen dan de contactpagina van DUO achter het telefoonnummer van DUO te komen (bijv. Google of een opgeslagen telefoonnummer), maar ook dat conversie naar de 'bellen' pagina op duo.nl nog niet betekent dat de klant daadwerkelijk belt.

Het bleek helaas niet mogelijk om op een betrouwbare manier het effect van de duwtjes op de contactpagina te meten. Hierdoor is niet duidelijk hoe groot de verschillen in de conversie naar de 'bellen' pagina daadwerkelijk zijn geweest. Gaandeweg het onderzoek kwamen we erachter dat het voor DUO op dit moment niet mogelijk is om de effecten van twee achter elkaar uitgevoerde AB-testen op een betrouwbare wijze te meten.

ADVIES

Het advies is om de duwtjes in een zo **vroeg** mogelijk **stadium** in te zetten. Bijvoorbeeld op duo.nl pagina's waarover veel gebeld wordt, of in de proactieve communicatie vanuit DUO om bij een zo groot mogelijke groep op deze vroegtijdige momenten al te voldoen aan de behoefte aan need for closure. Daarnaast is het advies om het effect van de duwtjes op de contactpagina te onderzoeken in een apart experiment.

* Gegevens zijn afkomstig uit het verslag 'Decreasing the number of MBO-students that call DUO' vanuit de Erasmus Universiteit Rotterdam.

** Vanwege technische en privacy redenen bleek het niet mogelijk om studenten op duo.nl persoonlijk te volgen. Daarom is voor deze aanpak gekozen.

*** Omdat de duwtjes achtereenvolgend zijn getest (in verschillende periodes), is het onzer of hetzelfde verschil in effect zichtbaar is als de duwtjes in een andere volgorde waren getest.

Inhoudsopgave

Managementsamenvatting	2
Inhoudsopgave	3
De context	4
Uitdaging	6
GEDRAGSANALYSE	7
Doelstelling & veldwerk	8
Resultaten vragenlijst	12
3 DUWTJES	14
Focus van de duwtjes	15
Duwtje 1 Aanmoedigen	16
Duwtje 2 Kijken naar gelijke anderen	18
Duwtje 3 De kracht van de groep	20
RESULTATEN	22
Resultaten conversie contactpagina	24
AB-test resultaten conversie naar contactpagina	25
Resultaten conversie 'bellen' pagina	26
Toepassing & brede uitrol	28
Geleerde lessen & vervolgonderzoek	29
BIJLAGEN	30
Afgevallen duwtjes	31
Samenvatting gedragsanalyse	34
De klantreis	41



DE CONTEXT

GEDRAGSVERANDERING

IN DE PRAKTIJK

Er is veel onderzoek gedaan naar de vraag waarom mensen doen wat ze doen. Vaak onderbouwt de wetenschap achteraf de verwachtingen die men al had, maar het kan ook juist iets aantonen wat we niet zagen aankomen. Zo blijken we op een harde stoel betere onderhandelaars en beoordelen we mensen die ons een koude hand geven als minder aardig (killer). Door niet naar de wetenschap te kijken, mislukken campagnes zoals 'Kort lontje' in 2006 die, door het tonen van beelden van scheldende mensen, er juist toe kan leiden dat mensen sneller geïrriteerd raken.

Ons onbewuste brein speelt een grote rol bij gedragsverandering. Door de wereld met andere ogen te bekijken, doorbreek je vastgeroeste denkpatronen en ontdek je inzichten om vernieuwende oplossingen te creëren. Vanuit de wetenschap zijn er honderden technieken die je kunt inzetten om verandering te bewerkstelligen, maar wanneer moet je nou welke techniek toepassen?

Klassieke nudges, zoals voetstapjes naar een prullenbak, hebben met name effect op mensen die in het zogenaamde 'grijze gebied' zitten. Mensen die onbewust gestuurd worden en geen keiharde rationale overtuiging hebben. Hoewel het bij DUO's vraagstuk soms lijkt alsof er rationale overtuigingen een rol spelen "Het lukt mij niet om de juiste informatie te vinden", is dit vooral irrationeel omdat het vertrouwen in eigen kunnen gestoeld is op perceptie en vaak af blijkt te wijken van het daadwerkelijke vermogen om de juiste informatie te vinden.

Uitdaging

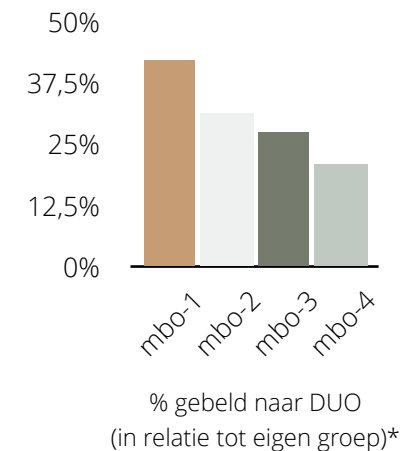
DE IMPACT VAN VEEL BELLEN

De telefonische bereikbaarheid van DUO is al enige tijd een aanhoudend punt van zorg. Studenten en debiteuren hebben soms te maken met lange telefonische wachttijden, voordat ze door een medewerker van DUO worden geholpen. Naar aanleiding van klachten over de bereikbaarheid sinds 2017 is reeds een aantal maatregelen genomen, waaronder een uitbreiding van het telefoonteam met 75 FTE. Deze maatregelen hebben de gemiddelde wachttijden doen afnemen tot gemiddeld 10 minuten na de zomer van 2017, en zelfs tot gemiddeld 5 minuten in de eerste maanden van 2018. Ondanks deze maatregelen zijn de wachttijden in de zomer van 2018 fors opgelopen, en ook in oktober 2018 bedroeg de wachttijd zo'n 30 minuten. In reactie op kritische vragen vanuit de Ombudsman heeft de Minister destijds aangegeven dat blijkt dat klanten nog (steeds) moeten wennen aan het nieuwe studiefinanciering systeem en DUO om te controleren of hun wijziging goed is verwerkt. Verder zijn er door het jaar heen pieken door bijvoorbeeld de start van het nieuwe schooljaar, wijzigingen in regels voor het nieuwe schooljaar etc.

HET VERSCHIL TUSSEN INHOUD EN PSYCHOLOGIE

Mbo studenten zijn met 40% (± 340.000 studenten) de grootste groep klanten van DUO. Het mbo onderwijs kent 4 leerniveaus, mbo-1 t/m mbo-4. Het is met name mbo-1 die eruit springt als het gaat om belgedrag. Hoewel zij een relatief kleine groep zijn, bellen zij het meest. Ook de leeftijd van studenten lijkt van belang. Hoe ouder, hoe vaker er gebeld wordt. De belangrijkste vraag in dit onderzoek is natuurlijk, waarom bellen mbo studenten? Het 'waarom' slaat in deze situatie op twee verschillende aspecten: allereerst is er de inhoudelijke reden, bijvoorbeeld het lesgeld als onderwerp. Het tweede aspect is de onderliggende (meer psychologische) behoefte waarom studenten bellen, zo blijkt bijvoorbeeld dat ze vaak bevestiging zoeken.

Hoe kunnen we **studenten** die vanuit een psychologische behoefte bellen **motiveren** om **zelf zaken** te **regelen** of **digitale kanalen** te gebruiken? Op deze manier wordt het telefoonverkeer en de pieken hierin verminderd en daarmee de telefonische bereikbaarheid verbeterd. Dit draagt vervolgens bij aan het behoud van klanttevredenheid.



* Gegevens zijn afkomstig uit het interne onderzoeksrapport *Klantbeeld & Segmentatie - MBO studenten (N = 330.685) en hebben betrekking op het belgedrag van MBO studenten in de periode van 1 mei 2018 tot en met 30 april 2019.*

GEDRAGSANALYSE

Doelstelling & veldwerk

Om te achterhalen waarom mbo studenten meer bellen dan hbo en wo (samen ho) studenten en hoe we het aantal telefoontjes kunnen verminderen hebben we op drie manieren informatie verzameld. Iedere 'bron' van informatie heeft inzichten opgeleverd die we samengevat hebben tot 1 gedragsanalyse. Met de resultaten van deze gedragsanalyse brengen we focus aan voor het ontwikkelen van de gedragsinterventies. Op de volgende pagina's worden de resultaten van de gedragsanalyse beknopt beschreven. Zie de bijlages voor een compleet overzicht van de resultaten.



BELLEN NAAR DUO



21%

...van de respondenten geeft aan dit jaar naar DUO gebeld te hebben.

65%

...zoekt informatie eerst zelf op voordat er gebeld wordt.

40%

...weet niet hoe hij of zij berichten in de MijnDUO berichtenbox moet lezen. Of dat het überhaupt bestond.



DUO wordt evenveel vertrouwd als ouders, mensen van school of hulpverleners.



Studiezaken worden het meest besproken met ouders (80%)



De meeste studenten zoeken informatie via Google, MijnDUO/ [DUO.nl](https://www.duo.nl) (ook chat en socials).

Cijfers gaan alleen over MBO-ers

MBO STUDENTEN DIE BELLEN

...doen dit vooral omdat ze zich opeens iets afvragen (proactief)

...zoeken vaak wel eerst zelf naar informatie voordat ze bellen

...doen dit vooral omdat ze dan zekerheid hebben over het juiste antwoord of de juiste keuze

MBO VS. HO

- Mbo studenten vragen vaker dan HO om informatie aan ouders. Zij vertrouwen hen ook meer dan HO.
- Mbo studenten bespreken veel minder vaak zaken over hun opleiding met vrienden en klasgenoten
- Mbo studenten begrijpen vaker informatie niet, wanneer ze zelf zoeken.
- Ook twijfelen ze vaker of ze via MijnDUO de juiste informatie hebben

ROL OUDERS MBO STUDENTEN

- Ouders worden even betrouwbaar gezien als DUO als bron van informatie.
- Mbo ouders regelen vaker dingen (27,3% vs. 6,2%), helpen vaker (56,8% vs. 35,9%) en zijn meer betrokken (43,2% vs. 31,9%) dan HO ouders.
- Ouders moedigen mbo studenten dan ook minder vaak aan om dingen zelf te regelen (44,8% vs. 55,1%).

BERICHTENBOX MIJNDUO

- Ongeveer eenderde weet niet hoe ze MijnDUO moeten gebruiken of dat het überhaupt bestaat.
- De meerderheid leest binnen 1 dag een bericht, 82% binnen 1 week.
- Berichten worden niet gelezen omdat er geen tijd voor is op dat moment, of omdat het vergeten wordt.

GEMAK

- De **self-efficacy van bellers is lager** dan niet bellers:
 - De onderwerpen zijn complex of onduidelijk om zelf te kunnen begrijpen
- Problemen met berichtenbox:
 - Ze ontvangen geen e-mails van de berichtenbox
 - Ze weten niet dat de berichtenbox bestaat

NORMEN

- Mbo studenten stellen vaker vragen aan ouders, vrienden of anderen dan HO studenten. Maar het levert niet altijd de informatie op die men zoekt.
- Mbo studenten handelen hun zaken vaker af samen met anderen dan HO studenten.
- **Sociale norm** is sterker dan bij HO studenten: omgeving belt vaker.



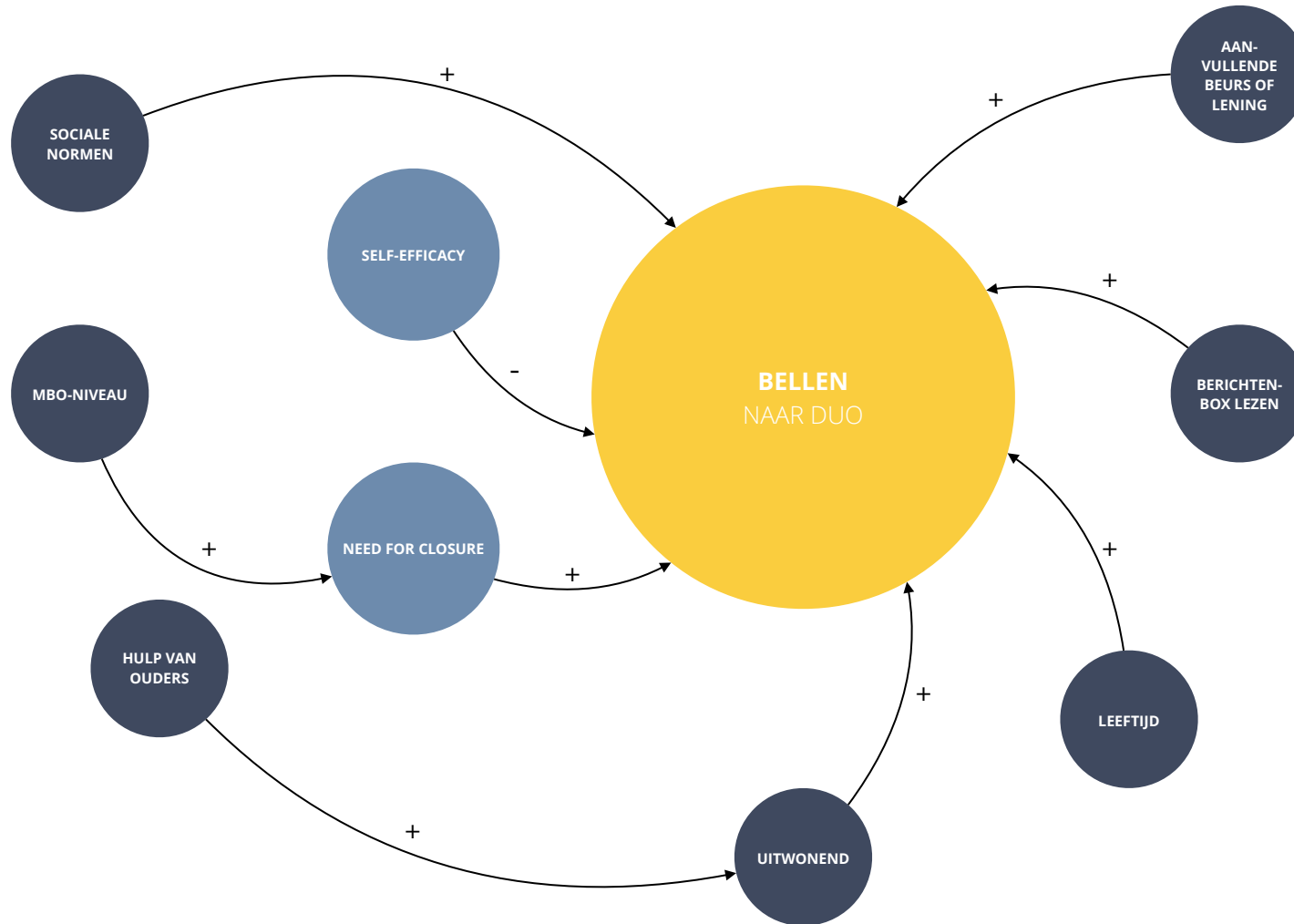
MOTIVATIE

- Bellers hebben een **hogere need for closure**.
 - Bellen vergroot de kans op het maken van de juiste keuze
 - Door te bellen is er meer zekerheid over de juiste informatie
- Hoe hoger het niveau, hoe hoger de need for closure
- Door eerst zelf informatie te zoeken voorkom je een lange wachtrij aan de telefoon

WEERSTAND

- Ze **vermijden onzekerheid**: op internet zoeken naar info geeft het vaakst twijfel over de juiste informatie.
- Ze chatten minder vaak, waarschijnlijk omdat ze minder graag digitaal contact hebben.
- Berichten worden niet gelezen omdat er geen tijd voor is en men het vergeet.

Figuur 1. Schematisch overzicht factoren van invloed op belgedrag en onderlinge verbanden.*



* Bovenstaande figuur betreft een visuele weergave van relevantie variabelen aangaande belgedrag en de onderlinge verbanden tussen deze variabelen gebaseerd op de vragenlijst resultaten (N=1510). Het gaat hier dus niet om een wetenschappelijk procesmodel, maar een schematisch overzicht met als doel overzicht te verschaffen.

Resultaten vragenlijst

AANLEIDING TELEFOONTJES

Wanneer Mbo studenten bellen naar DUO komt dit veelal door een spontane vraag, ze ontstaan dus vanuit een proactieve houding van de student, of een ouder (zie *Grafiek 1*). Hoewel het lijkt alsof er veel 'anders namelijk'-redenen zijn, bleken deze ook veelal te vallen onder de antwoordoptie 'ik vroeg me opeens vanuit mezelf iets af'.

De reactieve telefoontjes ontstaan voornamelijk door een bericht van DUO of een verandering in de studiefinanciering. Daarnaast is de voornaamste reden om direct DUO te bellen zonder eerst zelf op zoek te gaan dat men; 1) zeker weet dat ze het juiste antwoord krijgen en 2) men zeker wil weten dat de juiste keuze gemaakt wordt (zie *Grafiek 2*).

ZOEKEN VAN INFORMATIE

Veel mbo studenten geven echter aan (64,7%) altijd eerst zelf eerst op zoek te gaan naar informatie voordat ze zouden bellen, al is dat aantal significant minder dan HO studenten (84,9%).

Dit doen ze vooral door het zelf op te zoeken via de website van DUO, MijnDUO of Google (zie *Grafiek 3*). In tegenstelling tot HO studenten doen ze dit wel iets minder, mbo studenten gaan namelijk vaker naar ouders, vrienden of andere personen zoals een studieloopbaanbegeleider.

Toch geven mbo studenten aan dat ze studiezaken het meeste met ouders bespreken (78,8%). Dat is voor HO studenten niet heel anders met 80,8% maar mbo studenten bespreken studiezaken wel veel minder vaak met vrienden dan HO studenten (40,5% vs. 70,1%). Dit geldt ook voor klasgenoten (36,6% vs. 62,8%). Dit komt mogelijk omdat mbo studenten als bron van informatie over hun opleiding minder vertrouwen hebben in vrienden ($M=3.37$, $SD=.779$) en klasgenoten ($M=3.26$, $SD=.772$) dan in hun ouders ($M=3.85$, $SD=.830$).

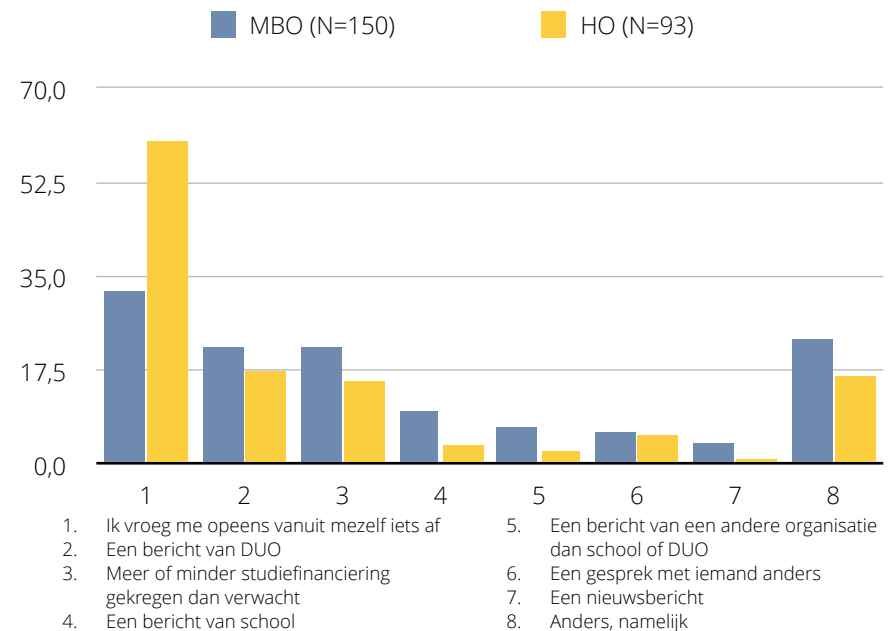
Wanneer men via MijnDUO zoekt naar informatie, maar toch geen oplossing vindt, komt dit voor mbo studenten vooral doordat men twijfelt of de gevonden informatie wel juist is (45,7%). Dit geldt minder voor HO studenten, namelijk 36,4%. Hoewel

slechts 17,2% aangeeft dat men de informatie niet begrijpt, is dit veel meer dan bij ho: 4,5%. Voor het zoeken van informatie via Google zien we hetzelfde patroon.

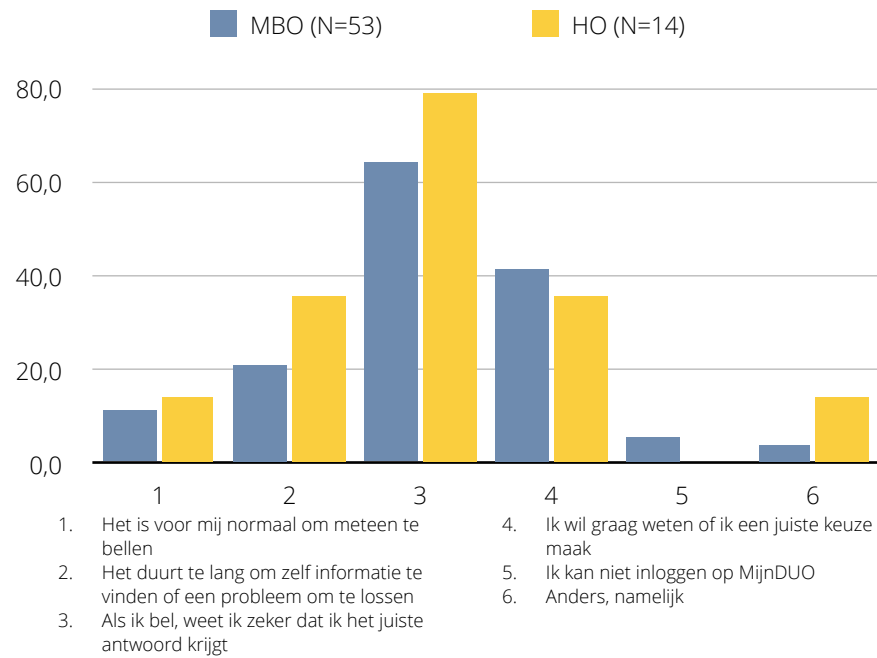
BERICHTENBOX

Slechts 60,3% (vs 80,3% ho) van de mbo studenten weet hoe hij/zij berichten in de berichtenbox kunnen lezen. 81,6% Leest berichten binnen 1 week. Mbo studenten die de berichtenbox lezen, bellen echter ook vaker (25,2% vs 13,2%). Het lezen van berichten wordt vooral uitgesteld omdat men er op dat moment geen tijd voor heeft en/of het vergeet. Mbo studenten vinden in tegenstelling tot HO studenten niet dat de berichtenbox lastig is, of dat berichten geen prioriteit hebben.

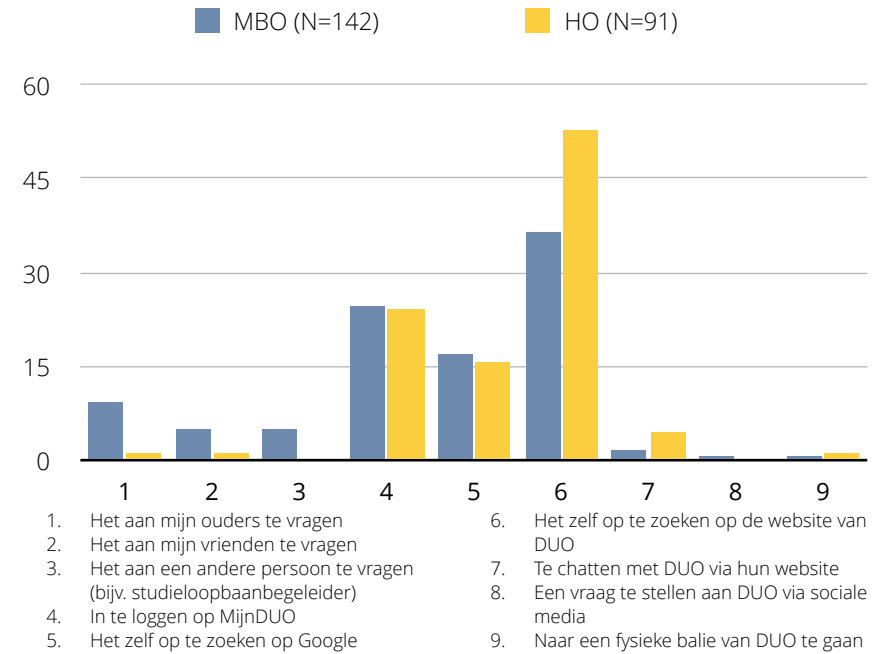
Grafiek 1. Frequentie van antwoorden op de vraag 'Wat zorgde ervoor dat je belde?' (meerdere antwoorden mogelijk) (in percentages)



Grafiek 2. Frequentie van antwoorden op de vraag 'Wat is voor jou een reden om direct DUO te bellen (zonder eerst zelf op zoek te gaan)?' (meerdere antwoorden mogelijk) (in percentages)



Grafiek 3. Frequentie van antwoorden op de vraag 'Op welke manier zocht je zelf informatie of probeerde je het probleem op te lossen?' (in percentages)



3 DUWTJES

Focus van de duwtjes

In een uitgebreide gedragsanalyse onderzochten we welke gedragsfactoren ervoor zorgen dat studenten DUO bellen, of juist zelf informatie opzoeken en keuzes maken. We interviewden werknemers van het klantcontactcentrum (KCC), luisterden gesprekken met studenten mee en 1510 studenten vulden onze vragenlijst in. Uit deze gedragsanalyse bleken er meerdere kansen om studenten te motiveren minder vaak te bellen als dit niet nodig is. Deze kansen zijn verwerkt in 3 nudges. Deze nudges zijn getest op duo.nl, specifiek op het onderwerp lesgeld. Dit onderwerp is namelijk enkel voor mbo studenten relevant waardoor de kans groot is dat vooral mbo studenten aan de duwtjes worden blootgesteld.

1. Self-efficacy vergroten

Door een lage self-efficacy, weinig vertrouwen in het eigen kunnen, zijn mbo studenten sneller geneigd om de telefoon op te pakken en DUO te bellen¹ (zie bijlage voor een samenvatting van de gedragsanalyse). Bij een lage self-efficacy denken studenten minder snel dat ze zelf in staat zijn om de juiste informatie te vinden of een besluit te nemen. De kans is hierdoor groot dat iemand zijn zoektocht staakt. Het doorzettingsvermogen neemt af en bellen is de makkelijkste weg op dat moment.

2. Closure bieden

Er is sprake van een hoge 'need for closure', een psychologisch begrip dat staat voor de behoefte die mensen hebben aan zekerheid.² We houden van duidelijkheid en zekerheid en vermijden onzekerheden daarom graag. Een bijzonder effect van een hoge need for closure is dat men minder geduld heeft om bijvoorbeeld informatie te zoeken. We willen graag zo snel mogelijk zekerheid hebben: door te bellen. Maar omdat we snel willen handelen, laten we ons ook eerder leiden door vuistregels van ons brein. Bijvoorbeeld de kracht van sociaal bewijs: als er onzekerheid is, dan volgen we de meerderheid omdat we er vanuit gaan dat die het juiste doet.

Voor een overzicht van afgevalen interventies (om uiteenlopende redenen) zie bijlagen.

¹ Duwtje (2020). Gedragsanalyse belgedrag mbo studenten. Tussenrapportage. 21 p.

² Kruglanski, A. W.; Webster, D. M. (April 1996). "Motivated closing of the mind: 'Seizing' and 'freezing'". *Psychological Review*. 103 (2): 263–83.

Aanmoedigen

Self-efficacy vergroten

Gelijke anderen

Self-efficacy vergroten

Kracht van de groep

Closure bieden

Een student heeft een e-mail ontvangen over de betaling zijn lesgeld. Na een paar dagen besluit hij er toch meer over te lezen, om zeker te zijn dat hij weet hoe de betaling werkt. Op de website wordt hij aangemoedigd om zelf antwoorden te zoeken op zijn eventuele vragen.

Duwtje 1 | Aanmoedigen

Studenten blijken regelmatig eerst zelf te zoeken naar informatie. Maar er wordt snel opgegeven omdat men twijfelt aan eigen vaardigheden om een antwoord te kunnen vinden en informatie te kunnen begrijpen. Vaak blijkt dat studenten eigenlijk het antwoord al hadden, maar dat dit gebrek aan zelfvertrouwen ze in de weg staat. Een eerste stap naar minder telefoontjes, is dan ook eigenlijk heel logisch: door aan te moedigen. Je kunt dit ook zien als een vorm van **feedback**, beide principes spelen in op het **gevoel van competentie**. Dit is een van de belangrijkste drijfveren van mensen. We willen het beste uit onszelf halen en weten dat we het goed doen. Een stukje feedback kan daarbij dus helpen. Op de volgende pagina is te zien hoe de duwtjes (groene vlakken) in de webpagina's zijn verwerkt.



Lesgeld

- In het kort
- [Lesgeld betalen](#)
- [Uw inschrijving bij school](#)
- [Lesgeld terugvragen of termijnregeling stopzetten](#)
- [Asielzoeker en lesgeld](#)

In het kort



Goed dat je de tijd neemt om dit te lezen! Alle informatie over lesgeld vind je op deze pagina's.

Wie op 1 augustus 18 jaar of ouder is op mbo (bol) of vavo (voltijd), moet lesgeld betalen. Voor een opleiding in het 'gewone' voortgezet onderwijs of een particuliere vavo-opleiding betaalt u geen lesgeld.

Betaling mag in termijnen

Het lesgeld voor het schooljaar 2020-2021 is € 1.202,-. Betaling gaat via mijn DUO. U kunt het hele bedrag in 1 keer betalen, maar het mag ook in 9 termijnen.

De lesgeldrekening komt in de 2e helft van september. Vanaf dat moment kunt u uw keuze maken. Als u zich later in het schooljaar inschrijft bij school, komt de rekening ook later.

[Bekijk de betaalopties](#)

Betaalde u vorig schooljaar het lesgeld al in 9 termijnen? En wilt u dit schooljaar weer in termijnen betalen? Dan moet u de termijnregeling opnieuw aanvragen.

Uitgeschreven of later ingeschreven bij school?

Of en hoeveel lesgeld u betaalt, hangt af van uw inschrijving bij de school. Begint u later in het schooljaar? Dan betaalt u vaak [minder lesgeld](#). Stopt u met uw opleiding? Dan kunt u misschien [lesgeld terugkrijgen](#).

VOLGENDE
[Lesgeld betalen](#) >

Contact opnemen

Hebt u een vraag over de financiële tegemoetkoming voor het wegvallen van de basisbeurs of aanvullende beurs?

Ja

Nee



Je bent zelf al heel ver gekomen. Weet je zeker dat je onze hulp nodig hebt?

[Read this page in English](#)

Veelgestelde vragen

- ▼ [Ik ben klaar, gestopt of geswitcht van opleiding. Wat moet ik regelen voor mijn studiefinanciering, reisproduct en/of lesgeld?](#)
- ▼ [Krijg ik een jaaropgaaf voor het invullen van de aangifte bij de Belastingdienst?](#)
- ▼ [Als mijn aanvullende beurs later in het jaar wordt berekend, krijg ik de maanden die ik niet heb ontvangen dan alsnog uitbetaald?](#)
- ▼ [Ik heb een formulier of bewijsstuk opgestuurd. Hoelang duurt het voordat ik iets hoor?](#)

Regel het online

Klopt er iets niet in uw persoonlijke gegevens, log dan in op Mijn DUO. Bij 'Mijn berichten' staat vaak meer uitleg en ziet u precies hoe u geregistreerd staat. Telefonisch kunt u geen wijzigingen doorgeven.

Inloggen Mijn DUO



▼ [Waarom kan ik niet mailen?](#)

▼ [Contact vanaf de Antillen](#)

Duwtje 2 | Kijken naar gelijke anderen

Mensen die op ons lijken, vertrouwen we meer. Onze situaties zijn namelijk vergelijkbaar met die van hen. Het geeft ons onder andere informatie over het behalen van doelen en gepastheid van gedrag. Daardoor bepalen we hierdoor mede onze eigen self-efficacy; het zelfvertrouwen in onze eigen vaardigheden. Dit zogenoemde principe van peer modeling wordt veel toegepast in onderwijscontext, maar is ook in deze situatie zeer geschikt. En hoewel we natuurlijk niet 1-op-1 een terugkoppeling kunnen geven, is het doel ook te bereiken door het gebruik van **testimonials**.

Dit werkt niet alleen als instrument om onze **self efficacy** beter in te schatten, maar geeft daarnaast ook nog eens extra motiverende informatie, bijvoorbeeld over het besparen van wachttijd aan de telefoon. Op de volgende pagina is te zien hoe de duwtjes (groene vlakken) in de webpagina's zijn verwerkt.



Lesgeld

- In het kort
- [Lesgeld betalen](#)
- [Uw inschrijving bij school](#)
- [Lesgeld terugvragen of termijnregeling stopzetten](#)
- [Asielzoeker en lesgeld](#)

In het kort



"Alle informatie over lesgeld vond ik hier. Het is fijn om te weten dat ik nu alles zelf kan regelen." - Carlissa

Wie op 1 augustus 18 jaar of ouder is op mbo (bol) of vavo (voltijd), moet lesgeld betalen. Voor een opleiding in het 'gewone' voortgezet onderwijs of een particuliere vavo-opleiding betaalt u geen lesgeld.

Betaling mag in termijnen

Het lesgeld voor het schooljaar 2020-2021 is € 1.202,-. Betaling gaat via mijn DUO. U kunt het hele bedrag in 1 keer betalen, maar het mag ook in 9 termijnen.

De lesgeldrekening komt in de 2e helft van september. Vanaf dat moment kunt u uw keuze maken. Als u zich later in het schooljaar inschrijft bij school, komt de rekening ook later.

[Bekijk de betaalopties](#)

Betaalde u vorig schooljaar het lesgeld al in 9 termijnen? En wilt u dit schooljaar weer in termijnen betalen? Dan moet u de termijnregeling opnieuw aanvragen.

Uitgeschreven of later ingeschreven bij school?

Of en hoeveel lesgeld u betaalt, hangt af van uw inschrijving bij de school. Begint u later in het schooljaar? Dan betaalt u vaak [minder lesgeld](#). Stopt u met uw opleiding? Dan kunt u misschien [lesgeld terugkrijgen](#).

VOLGENDE
[Lesgeld betalen](#) >

Contact opnemen

Hebt u een vraag over de financiële tegemoetkoming voor het wegvallen van de basisbeurs of aanvullende beurs?

Ja

Nee



"Meestal vind ik zelf de juiste informatie op duo.nl. Het is fijn dat ik daardoor niet hoeft te bellen en tijd bespaar." - Gino

[Read this page in English](#)

Veelgestelde vragen

- ✓ [Ik ben klaar, gestopt of geswitcht van opleiding. Wat moet ik regelen voor mijn studiefinanciering, reisproduct en/of lesgeld?](#)
- ✓ [Krijg ik een jaaropgaaf voor het invullen van de aangifte bij de Belastingdienst?](#)
- ✓ [Als mijn aanvullende beurs later in het jaar wordt berekend, krijg ik de maanden die ik niet heb ontvangen dan alsnog uitbetaald?](#)
- ✓ [Ik heb een formulier of bewijsstuk opgestuurd. Hoelang duurt het voordat ik iets hoor?](#)

Regel het online

Klopt er iets niet in uw persoonlijke gegevens, log dan in op Mijn DUO. Bij 'Mijn berichten' staat vaak uitleg en ziet u precies hoe u geregistreerd staat. Telefonisch kunt u geen wijzigingen doorgeven.

[Inloggen Mijn DUO](#)



- ✓ [Waarom kan ik niet mailen?](#)
- ✓ [Contact vanaf de Antillen](#)

Duwtje 3 | De kracht van de groep

Uit de gedragsanalyse bleek dat er ook een sterke **behoefte aan zekerheid** is, een need for closure. Studenten willen duidelijkheid hebben in deze zeeën aan informatie en keuzes die zij moeten maken. Een verkeerde keuze kan namelijk behoorlijk wat impact hebben op bijvoorbeeld je studiefinanciering.

Maar hoe geven we zekerheid als we niet weten wat er in het hoofd van de student omgaat? We kunnen hiervoor goed gebruik maken van de **kracht van de groep**. In onzekere situaties laten we ons namelijk eerder leiden door wat de meerderheid doet. Door gebruik te maken van herkenbare principes zoals 'ratings' en letterlijke teksten over wat de meerderheid doet en vindt, kunnen we een gevoel van zekerheid bieden. En dat is in dit geval zeer belangrijk, aangezien uit de gedragsanalyse bleek dat de studenten achteraf vaak de feiten heel goed op een rij hadden staan.



Lesgeld

- In het kort
- [Lesgeld betalen](#)
- [Uw inschrijving bij school](#)
- [Lesgeld terugvragen of termijnregeling stopzetten](#)
- [Asielzoeker en lesgeld](#)

In het kort

☆☆☆ Deze informatie geldt voor 90% van alle mbo-studenten

Wie op 1 augustus 18 jaar of ouder is op mbo (bol) of vavo (voltijd), moet lesgeld betalen. Voor een opleiding in het 'gewone' voortgezet onderwijs of een particuliere vavo-opleiding betaalt u geen lesgeld.

Betaling mag in termijnen

Het lesgeld voor het schooljaar 2020-2021 is € 1.202,-. Betaling gaat via mijn DUO. U kunt het hele bedrag in 1 keer betalen, maar het mag ook in 9 termijnen.

De lesgeldrekening komt in de 2e helft van september. Vanaf dat moment kunt u uw keuze maken. Als u zich later in het schooljaar inschrijft bij school, komt de rekening ook later.

[Bekijk de betaalopties](#)

Betaalde u vorig schooljaar het lesgeld al in 9 termijnen? En wilt u dit schooljaar weer in termijnen betalen? Dan moet u de termijnregeling opnieuw aanvragen.

Uitgeschreven of later ingeschreven bij school?

Of en hoeveel lesgeld u betaalt, hangt af van uw inschrijving bij de school. Begint u later in het schooljaar? Dan betaalt u vaak [minder lesgeld](#). Stopt u met uw opleiding? Dan kunt u misschien [lesgeld terugkrijgen](#).

VOLGENDE
[Lesgeld betalen](#) >

Contact opnemen

Hebt u een vraag over de financiële tegemoetkoming voor het wegvallen van de basisbeurs of aanvullende beurs?

Ja

Nee

✔ 80% van de bezoekers vindt zelf het antwoord. Weet je zeker dat je onze hulp nodig hebt?

[Read this page in English](#)

Veelgestelde vragen

- ✓ [Ik ben klaar, gestopt of geswicht van opleiding. Wat moet ik regelen voor mijn studiefinanciering, reisproduct en/of lesgeld?](#)
- ✓ [Krijg ik een jaaropgaaf voor het invullen van de aangifte bij de Belastingdienst?](#)
- ✓ [Als mijn aanvullende beurs later in het jaar wordt berekend, krijg ik de maanden die ik niet heb ontvangen dan alsnog uitbetaald?](#)
- ✓ [Ik heb een formulier of bewijsstuk opgestuurd. Hoelang duurt het voordat ik iets hoor?](#)

Regel het online

Klopt er iets niet in uw persoonlijke gegevens, log dan in op Mijn DUO. Bij 'Mijn berichten' staat vaak meer uitleg en ziet u precies hoe u geregistreerd staat. Telefonisch kunt u geen wijzigingen doorgeven.

Inloggen Mijn DUO



✓ [Waarom kan ik niet mailen?](#)

✓ [Contact vanaf de Antillen](#)

RESULTATEN



HOE ZIJN DE DUWTJE GETEST?

Omdat mbo studenten onze doelgroep zijn, is ervoor gekozen om de duwtjes op zowel de hoofdpagina van het thema 'lesgeld' als de contactpagina te plaatsen waar bezoekers kunnen kiezen voor een methode om contact op te nemen met DUO. Enkel mbo studenten betalen namelijk lesgeld, waardoor deze pagina's in principe niet door hbo studenten of universitair studenten bekeken worden. Hoewel de garantie niet 100% is, behandelen we onze steekproef als mbo studenten.³

ONDERZOEKSOPZET

Bezoekers die op de lesgeld pagina terecht kwamen, werden willekeurig ingedeeld in de controle- of duwtje groep. Bezoekers in de controleconditie kregen de reguliere lesgeld pagina te zien terwijl bezoekers in de duwtje conditie blootgesteld werden aan de lesgeld pagina waarin de duwtjes waren verwerkt.

Bezoekers die vervolgens naar de contactpagina navigeerden, kregen de versie van de contactpagina te zien overeenkomstig met de conditie waaraan ze zijn toegewezen.

Vanaf het moment dat bezoekers op de lesgeldpagina kwamen, werd bijgehouden of ze in dezelfde sessie op duo.nl:

- naar de contactpagina navigeerden
- op de contactpagina kozen voor de contact-optie 'bellen'

³ Het bleek technisch niet mogelijk om de gegevens van de a/b-test te koppelen aan sociaal demografische kenmerken van bezoekers, om zodoende enkel mbo studenten mee te nemen in het onderzoek. Mede daarom is het onderwerp lesgeld gekozen als onderzoeksthema.

WANNEER WERD WELK DUWTJE ONDERZOCHT?

De duwtjes zijn na elkaar getest omdat het niet mogelijk was meerdere duwtjes tegelijk te testen.

01

Aanmoedigen

22 okt tot 28 okt

13.363 bezoekers
7575 duwtje groep
8788 controle groep

02

Gelijke anderen

29 okt tot 9 nov

10.803 bezoekers
4883 duwtje groep
5920 controle groep

03

Kracht v/d groep

10 nov tot 18 nov

984 bezoekers
421 duwtje groep
572 controle groep

Resultaten conversie contactpagina

De kracht van de groep is het meest effectief

Uit de data-analyse blijkt dat alle condities een positief effect hadden op de conversie ratio naar de contactpagina (zie bijlage 1 voor een overzicht van alle statistics). Dit betekent dat de contactpagina in de duwtje groepen significant minder vaak bezocht is dan in de controlegroepen. De conditie '**kracht van de groep**' blijkt het grootste effect te bereiken, met een **afname van 71,3%**!

Het bevestigt het gegeven dat we ons in onzekere situaties laten leiden door wat de meerderheid doet. Door gebruik te maken van 'ratings' verlaagden we dus het aantal mensen dat de contactpagina bezocht. Maar hoe verklaren we dit verschil in conversie tussen de verschillende condities?

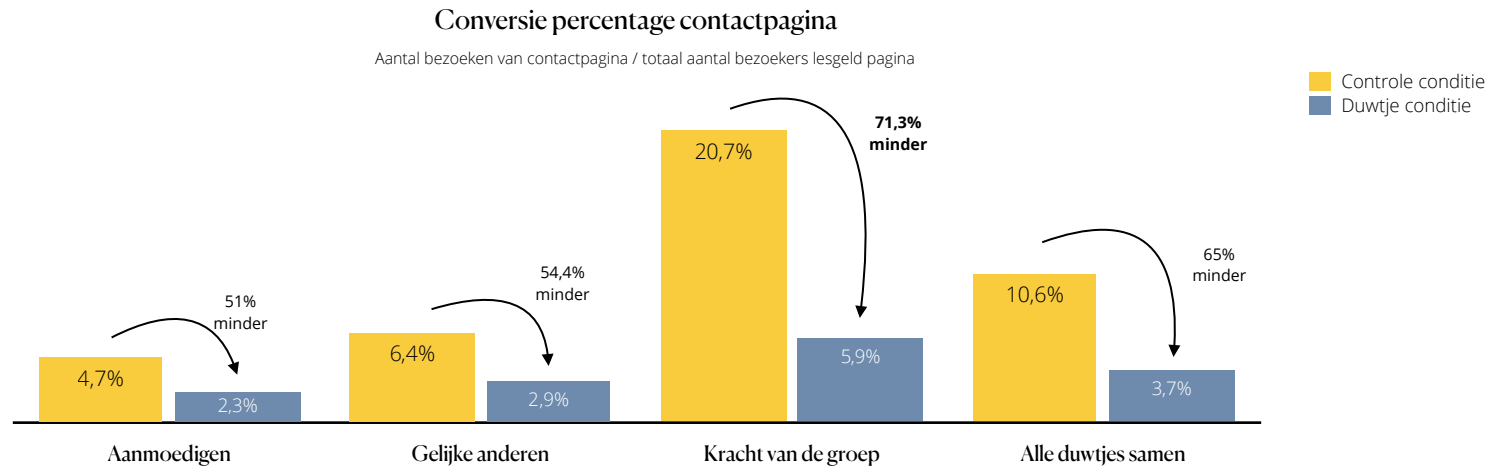
Het doel van de bezoeker is mogelijk anders

Zoals in de figuur hieronder te zien, springt 'kracht van de groep' er sterk tussenuit. We verwachten dat de volgorde waarin de duwtjes zijn getest een rol heeft gespeeld. Vlak voor de eerste conditie 'aanmoedigen' is namelijk een mail verzonden over lesgeld. Hierdoor was er voor meer mensen een directe **aanleiding** om de website van DUO te bezoeken. De conditie 'kracht van de groep' startte 20 dagen na de conditie 'aanmoedigen', waardoor minder studenten de hoofdpagina van lesgeld

bezoekten op de website van DUO: 983 studenten versus 16.363 studenten in de conditie 'aanmoedigen'.

De studenten in de laatste conditie deden dit waarschijnlijk met een **gerichte vraag**. De behoefte op een duidelijk antwoord is dus mogelijk groter, dus een hogere need for closure. Dit vergroot de kans dat mensen bellen. Waar de condities 'aanmoedigen' en 'gelijke anderen' dus bestonden uit een grote groep mensen **zonder gerichte vraag en dus een kleinere belkans**, was dit in de testperiode van 'kracht van de groep' waarschijnlijk wel het geval. Hierdoor was er in laatstgenoemde conditie meer potentie voor het duwtje om gedrag te veranderen. Uit het vooronderzoek bleek ook dat studenten die **geen attentie mail** ontvangen **ook vaker bellen**, mogelijk omdat zij ook vaker een **gerichte vraag** hebben. Dit is dus in lijn met onze bevindingen.

In theorie zou dit betekenen dat als we de eerste twee condities in een latere periode hadden getest, de effecten groter hadden kunnen zijn. Toch zijn de verschillen tussen de condities erg groot: 17-20 procentpunt. We betwijfelen dat de verschillen tussen de condities weg zouden vallen als we een andere volgorde hadden gehanteerd. Hierdoor concluderen we dat de conditie '**kracht van de groep**' het **meest effectief** is in het motiveren van mbo studenten om niet direct de contactpagina op te zoeken.



AB-test resultaten conversie naar contactpagina

	AANMOEDIGEN 22 tot 28 okt		GELIJKE ANDEREN 29 tot 09 nov		KRACHT VAN DE GROEP 10 tot 18 nov		TOTAAL	
	A versie controle	B versie duwtje	A versie controle	B versie duwtje	A versie controle	B versie duwtje	A versie controle	B versie duwtje
Bezoekers totaal	7575	8788	4883	5920	421	572	12879	15280
Bezoekers contactpagina	353	200	313	173	87	34	753	407
Conversie ratio contactpagina	4,66%	2,28%	6,41%	2,92%	20,67%	5,94%	10,58%	3,71%
Vershil in conversie	-51,16%		-54,41%		-71,24%		-54,44%	
Z-score verschil in conversie	z = -8,228		z = -8,440		z = -6,700		z = -13,026	
SD verschil in conversie	SD = 0,003		SD = 0,004		SD = 0,022		SD = 0,002	
Significantie niveau	p < .001		p < .001		p < .001		p < .001	

De minimale verschillen in totaal aantal bezoekers tussen de resultaten van de contact- en 'bellen' pagina zijn ontstaan door technische aspecten in het digitale experiment. In de data-analyse zijn deze verschillen minimaal genoeg om betrouwbare conclusies te kunnen trekken.

Resultaten conversie ‘bellen’ pagina

Voor dit onderzoek hanteerden we een onderzoeksopzet waarbij bezoekers van duo.nl binnen hun sessie op de website blootgesteld werden aan twee achtereenvolgende AB-testen: conversie naar de contactpagina en conversie naar de ‘bellen’ pagina. Gaandeweg het onderzoek kwamen we er helaas achter dat het effect dat de duwtjes op de contactpagina hebben op de conversie naar de ‘bellen’ pagina binnen deze onderzoeksopzet door DUO niet betrouwbaar te meten zijn op dit moment. De resultaten van deze AB-test hebben we daarom niet opgenomen in dit rapport.

A close-up photograph of a man wearing a brown thobe and a red keffiyeh. He is wearing sunglasses and looking down at a black smartphone held in his hands. The word "ADVIES" is overlaid in white, bold, serif font across the center of the image.

ADVIES

Toepassing & brede uitrol

Intervenieer ook op andere momenten

De huidige duwtjes zijn geplaatst op het moment dat studenten op zoek zijn naar informatie en ze de hoge need for closure en lage self-efficacy hebben zoals eerder omschreven. Hoewel dit effectief is gebleken (waarbij need for closure verhogen door de kracht van de groep te gebruiken het meest effectief bleek), kan het duwtje ook op andere momenten in de klantreis ingezet worden om de groep bellers nóg kleiner te maken:

E-mails en brieven om conversie naar duo.nl te voorkomen

Veel vragen van studenten komen voort uit proactieve communicatie door DUO, zo zagen we een flinke stijging van het aantal bezoekers op duo.nl na de e-mail over lesgeld. De duwtjes kunnen ook in deze brieven/e-mails verwerkt worden om zo al een groep studenten tevreden te stellen en zodat zij niet meer de website van DUO hoeven te bezoeken.

Via telefoontjes herhaling van vragen voorkomen

Toch zijn er nog steeds mensen voor wie de duwtjes en de informatie op duo.nl niet voldoende is geweest, mogelijk omdat ze een terechte vraag hadden. Toch merkten medewerkers uit het klantcontactcentrum dat studenten ook vaker over dezelfde vraag terugbellen. De duwtjes kunnen mogelijk ook ingezet worden om dit te voorkomen. Denk bijvoorbeeld aan het toepassen hiervan in telefoongesprekken:*

- “De meeste studenten konden na dit gesprek hun keuze maken” (Kracht vd groep)
- “Goed dat je zelf al zoveel hebt gelezen, ik weet zeker dat je de juiste keuze kunt maken” (Aanmoedigen)
- “Ik sprak andere studenten zoals jij en ook zij kwamen eruit” (Gelijke anderen)

Sommige medewerkers doen dit mogelijk al en het is dus ook van belang hen mee te laten denken hoé deze inzichten het beste toegepast kunnen worden. Zo worden ook zij in hun waarde gelaten.

Achterhaal welke informatie men zoekt en herhaal daar de duwtjes

Vlak voor de eerste conditie ‘aanmoedigen’ is een mail verzonden over lesgeld. Hierdoor stegen de bezoekersaantallen en liepen deze aantallen gaandeweg het onderzoek af. Tijdens de onderzoeksperiode voor ‘aanmoedigen’ bezochten 16.363 studenten de lesgeldpagina, bij de conditie ‘gelijke anderen’ 10.803 studenten en bij de laatste conditie een paar weken na de e-mail daalde dat aantal naar 984 studenten.

We verwachten dat de bezoekers die n.a.v. de e-mail duo.nl bezochten niet allemaal een hoge need for closure hebben op het onderwerp. De conversie is namelijk direct na de mail een stuk lager dan bij de laatste conditie. Waarschijnlijk komt deze laatste groep met een gerichte vraag, een hoge need for closure en dus meer behoefte om contact op te nemen. Het duwtje heeft dan ook meer effect bij deze groep dan de groep mensen in de eerste twee condities, waar de need for closure waarschijnlijk lager lag.

Breng daarom in kaart op welke onderwerpen studenten zoeken en welke pagina's worden bezocht in periodes waarin er geen grootschalige e-mails zijn verzonden. Voeg op specifiek deze pagina's de duwtjes toe, bij voorkeur de ‘kracht van de groep’. Dit zijn immers locaties waarop studenten de zekerheid en zelfvertrouwen het meest nodig hebben. Wanneer zij namelijk al op de contactpagina zijn, hebben ze een duidelijke commitment gemaakt richting bellen waardoor het moeilijk is om hen op dat moment nog te stimuleren dit niet te doen.

**Belangrijk: de informatie mag geen onwaarheden bevatten. Wanneer je gebruikt maakt van percentages is het van belang eerlijk te zijn. Wanneer uitkomt dat informatie niet klopt, zal de student zich gemanipuleerd voelen wat het imago van DUO kan aantasten. In deze pilot is met een onderbouwde schatting gewerkt. We adviseren om, wellicht via het KCC, dit te verifiëren.*

Geleerde lessen & vervolgonderzoek

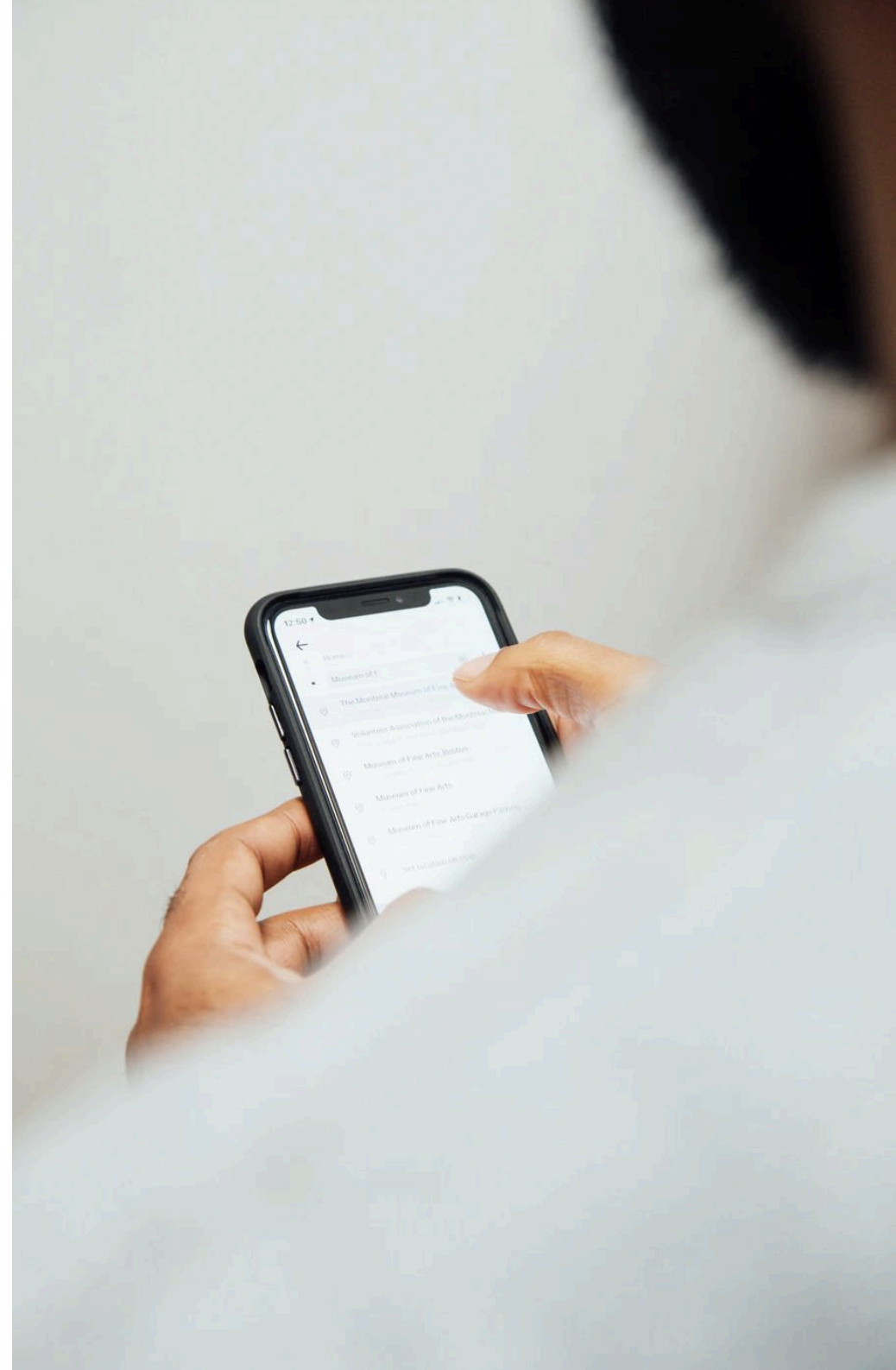
Werk met AB-testen op één webpagina

We adviseren om in toekomstige web-based experimenten te werken met AB-testen op één enkele webpagina en AB-testen op twee achtereenvolgende webpagina's dus te vermijden. Door meerdere AB-testen achter elkaar uit te voeren, zijn er meer variabelen die de meting kunnen verstoren waardoor de betrouwbaarheid van de resultaten daalt. Denk bijvoorbeeld aan het feit dat bezoekers via meerdere manieren op een webpagina kunnen komen, waardoor je een conversie ratio niet zuiver kan meten. Wanneer DUO in de toekomst deze data wel van elkaar kan scheiden, is het uitvoeren van AB testen op achtereenvolgende pagina's wel aan te raden.

Test effect duwtjes op de contactpagina in een nieuw experiment

Het effect dat de duwtjes op de contactpagina hadden op de conversie naar de 'bellen' pagina hebben we binnen dit onderzoek niet betrouwbaar kunnen meten. Het fundament van deze duwtjes bestaat echter uit dezelfde gedragsfactoren als effectief gebleken duwtjes op de 'lesgeld' pagina's. We adviseren daarom om een nieuw experiment uit te voeren waarbij het effect van de duwtjes op de contactpagina op de conversie naar de 'bellen' pagina gemeten worden met één enkele AB-test.

Daar komt bij dat op de contactpagina (in vergelijking met de 'lesgeld' pagina's) veel meer verkeer is. Hierdoor is het een kansrijke webpagina om aan de need for closure van studenten te voldoen en hen zekerheid te bieden en hiermee de conversie naar de 'bellen' pagina fors te verminderen.



BIJLAGEN

Je kind gaat studeren pakket

Beste ouder,

Dit jaar is uw kind begonnen met een studie. Veel ouders vinden het fijn om hun kind te kunnen helpen bij vragen rondom de studie. Het 'mijn kind gaat studeren' geeft antwoord op de meest gestelde vragen aan DUO.

Kijk mee hoe uw kind in een paar stappen de twee belangrijkste zaken kan regelen: het aanvragen van een reproduct en het aanvragen van een studiefinanciering zodra hij/zij 18 is.

Hoe werkt studiefinanciering?

Tot 18 jaar ontvangt u als ouder kindertoeslag. Als uw kind 18 wordt, heeft hij/zij recht op studiefinanciering! Lees hier hoe dat werkt. Of laat het hem/haar meteen regelen op MijnDUO.nl.

Let op: Uw kind ontvangt de eerste studiefinanciering pas in het eerste semester na de 18e verjaardag. Het kan langer duren in januari, dan krijgt hij/zij pas in april studiefinanciering.

Reisproduct

Iedere mbo student heeft recht op een studentenreisproduct. Afhankelijk van de leeftijd is dit een gift of een lening. Lees hier meer of laat het uw kind meteen aanvragen op MijnDUO.

Voor een studentenreisproduct heb je 2 dingen nodig:

- je DigiD om te inloggen bij MijnDUO
- een persoonlijke OV-chipkaart, die kun je heel aanvragen



Sociaalmedia

Stel via Instagram of Facebook een vraag aan een van onze medewerkers als jullie het online niet kunnen vinden.



Mijn duo

Iets aanvragen of wijzigen? Laat het uw kind snel en eenvoudig regelen op MijnDUO.nl



Duo.nl

Wanneer jullie informatie nodig hebben, kun je alles vinden op: www.duo.nl

Stel je vraag online

De meeste studenten vinden hun antwoord online en voorkomen daarmee wachtlijden aan de telefoon. Kom je er echt niet uit? Bel dan via www.duo.nl/contact

Geldzaken regel je online, ook bij DUO



Beste student,

Je bent dit studiejaar begonnen met een studie. Er zijn dan een aantal dingen die je moet regelen, zoals het aanvragen van je reisproduct of studiefinanciering. Kijk mee hoe je dat in een paar stappen makkelijk zelf kunt regelen!

Start de checklist

Studiefinanciering

Als je 18 wordt, heb je recht op studiefinanciering! Lees hier hoe je dat werkt. Of regel het meteen op MijnDUO.nl

Let op: Je ontvangt je eerste studiefinanciering pas in het eerste semester na je 18e verjaardag. Het kan langer duren in januari, dan krijg je pas in april studiefinanciering.

Reisproduct

Iedere mbo student heeft recht op een studentenreisproduct. Afhankelijk van je leeftijd is dit een gift of een lening. Lees hier meer of vraag het meteen aan in MijnDUO.

Voor een studentenreisproduct heb je 2 dingen nodig:

- je DigiD om te inloggen bij MijnDUO
- een persoonlijke OV-chipkaart, die kun je heel aanvragen



Sociaalmedia

Een vraag stellen aan een van onze medewerkers als je het online niet kunt vinden.



Mijn duo

Iets aanvragen of wijzigen? Regel het zelf in MijnDUO.nl



Duo.nl

Informatie zoeken als je een vraag hebt: www.duo.nl

Stel je vraag online

De meeste studenten vinden hun antwoord online en voorkomen daarmee wachtlijden aan de telefoon. Kom je er echt niet uit? Bel dan via www.duo.nl/contact

Afgevalen duwtjes

Proactieve e-mails

Ouders blijken een grote rol te spelen in het leven van mbo studenten, ook als het gaat om bellen. Zo zijn er ook ouders die bellen voor hun kind. Daarom bedachten we een proactieve e-mail waarin we aan ouders een 'mijn kind gaat studeren' starterspakket aanboden. Ook ontwikkelden we een proactieve e-mail gericht op studenten waarin we door gedragstechnieken in te zetten voldeden aan de behoefte aan zekerheid.

Beide proactieve e-mails zijn echter afgevalen vanwege de timing in de klantreis. Keuzes zijn het beste te beïnvloeden op de plek en het moment waarop ze gemaakt worden; voor de uitkomstmaten 'navigeren naar contactpagina' en 'navigeren naar bellen pagina' is dat duo.nl.

Op duo.nl

Bellen naar DUO bleek voor veel mbo studenten gewoontegedrag. Om deze gewoonte te doorbreken, bedachten we een pop-up (zie volgende pagina) die verscheen op het moment dat een bezoeker op de contactpagina voor de optie 'bellen' koos. In de pop-up werden bezoekers aangemoedigd om zelf nog verder te zoeken voordat ze DUO belden. Deze pop-up bleek technisch niet in te regelen, waardoor dit duwtje afviel.

Tot slot bedachten we aanpassingen aan de contactpagina waarmee we bezoekers wilden stimuleren Mijn DUO te bezoeken in plaats van te bellen. Dit omdat uit gesprekken met medewerkers telefonie van DUO bleek dat veel van de vragen die zij van mbo studenten kregen, beantwoord werden in de berichten die ze op Mijn DUO ontvingen. Echter bleek uit eerder intern onderzoek van DUO dat inloggen in Mijn DUO positief gecorreleerd was met bellen naar DUO. Om averechtse effecten van de duwtjes te voorkomen is ook deze vervallen.

← Naar Home

Contact opnemen

[Read this page in English](#)

Vragen over coronamaatregelen

DUO krijgt veel vragen over het coronavirus, de gevolgen en de maatregelen. U vindt ze onder [Maatregelen corona](#).

Andere veelgestelde vragen

▼ [Wat moet ik allemaal regelen in de zomer?](#)


Regel het online

Klopt er iets niet in uw persoonlijke gegevens, log dan in op Mijn DUO. Bij 'Mijn berichten' staat vaak meer uitleg en ziet u precies hoe u geregistreerd staat. Telefonisch kunt u geen wijzigingen doorgeven.

In

▼

U
Z
G

 Je bent zelf al ver gekomen! Weet je zeker dat je al een hulplijn wilt inschakelen?

[Ja, ik wil bellen.](#)

[Ik ga zelf verder zoeken.](#)

Chatten
Vandaag open tussen 9.00 en 17.00 uur. Op dit moment zijn alle medewerkers in gesprek.

Sociale media
Stel uw vraag via Twitter of Facebook

Bellen
Tussen 9.00 en 17.00 uur zijn de wachttijden het kortst

Bezoeken
Maak een afspraak

← Naar Contact opnemen

Bellen

Wijzigingen doorgeven?

Telefonisch kun je **geen** wijzigingen doorgeven



Inloggen Mijn DUO

De meeste zaken kan je snel online regelen. Wijzigingen kun je hier doorgeven.

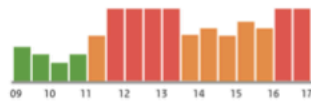
Telefoonnummer

[050-599 77 55](tel:050-5997755) (lokaal tarief)

Vanuit het buitenland: [+31 50 599 77 55](tel:+31505997755)

Openingstijden

De DUO Infolijn is elke werkdag geopend van 9.00 tot 17.00 uur. We zijn het best bereikbaar tussen 9.00 en 11.00 uur.



Tips voordat u belt

- Wilt u gegevens van iemand anders opvragen? Dan moet u **gemachtigd zijn**. Een DigiD-machtiging geldt alleen bij DigiD. U moet een DUO-machtiging hebben.
- Houd uw burgerservicenummer bij de hand.

← Naar Home

Contact opnemen

[Read this page in English](#)



Sociale media

Stel uw vraag via Twitter of Facebook



Inloggen Mijn DUO

De meeste zaken kan je snel online regelen. Wijzigingen kun je hier doorgeven.



Chatten

Vandaag open tussen 9.00 en 17.00 uur. Op dit moment zijn alle medewerkers in gesprek.



Bellen

Tussen 9.00 en 11.00 uur zijn de wachttijden het kortst



Bezoeken

Mak een afspraak

Uw locatie

Zit u in een andere tijdzone?

[Geef dan uw locatie door](#)

Vragen over coronamaatregelen

DUO krijgt veel vragen over het coronavirus, de gevolgen en de maatregelen. U vindt ze onder [Maatregelen corona](#).

Andere veelgestelde vragen

▼ [Wat moet ik allemaal regelen in de zomer?](#)

Samenvatting gedragsanalyse

Significante verbanden in de vragenlijst gedragsanalyse

RESULTATEN MBO	STATISTIEKEN*	RESULTATEN TOTALE STEEKPROEF (MBO, HBO & WO)	STATISTIEKEN*
SELF-EFFICACY			
MBO studenten die bellen hebben een lagere self-efficacy dan MBO studenten die niet bellen.	Bellers: (M=3.20, SD=.530). Niet-bellers: (M=3.40, SD=.588) <i>F(1;723)=15.065, p<.001, partial η2=.020</i>	Klanten die bellen hebben een lagere self-efficacy dan klanten die niet bellen.	Bellers: (M=3,28, SD=.586). Niet-bellers: (M=3,47, SD=.604) <i>F(1;1502)=19.896, p<.001, partial η2=.013</i>
MBO studenten hebben een lagere self-efficacy dan HO studenten (en HBO en WO).	MBO: (M=3.36, SD=.582) HO: (M=3.51, SD=.605) <i>F(1;1502)=21.745, p<.001, partial η2=.014</i> MBO: (M=3.36, SD=.582) HBO: (M=3.49, SD=.603) <i>Contrast=.134, p<.001</i> MBO: (M=3.36, SD=.582) WO: (M=3.52, SD=.632) <i>Contrast=.156, p<.001</i>		

NEED FOR CLOSURE

MBO studenten die bellen hebben een hogere need for closure dan MBO studenten die niet bellen.

Bellers: (M=3.78, SD=.566).
Niet-bellers: (M=3.61, SD=.585)
 $F(1;723)=10.197, p=.001, \text{partial } \eta^2=.014$

Klanten die bellen hebben een hogere need for closure dan klanten die niet bellen.

Bellers: (M=3.83, SD=.561).
Niet-bellers: (M=3.73, SD=.598)
 $(F(1;1502)=6.031, p=.014, \text{partial } \eta^2=.004)$.

MBO studenten hebben een lagere need for closure dan HO studenten (en HBO en WO).

MBO: (M=3.65, SD=.585)
HO: (M=3.84, SD=.586)
 $F(1;1502)=39.739, p<.001, \text{partial } \eta^2=.026$

Studenten waarbij ouders helpen met het regelen van studiezaken hebben een lagere need for closure dan studenten waarbij ouders niet helpen.

Wel hulp: (M=3.71, SD=.587)
Geen hulp: (M=3.78, SD=.596)
 $F(1;1502)=6.228, p=.013, \text{partial } \eta^2=.004$

MBO: (M=3.65, SD=.585)
HBO: (M=3.81, SD=.611)
 $\text{Contrast}=.161, p<.001$

MBO: (M=3.65, SD=.585)
WO: (M=3.87, SD=.558).
 $\text{Contrast}=.221, p<.001$

MBO studenten van niveau 1 scoren lager op need for closure dan niveau 2, 3 en 4.

Niveau 1 (M=3.49, SD=.662)
Niveau 2 (M=3.62, SD=.565; contrast=.126, $p=.095$)
Niveau 3 (M=3.77, SD=.617; contrast=.277, $p=.005$)
Niveau 4 (M=3.70, SD=.567; contrast=.207, $p=.007$)

Uitwonenden hebben een hogere need for closure dan thuiswonenden.

Uitwonenden: (M=3.71, SD=.586)
Thuiswonenden: (M=3.83, SD=.598)
 $F(1;1502)=14.695, p<.001, \text{partial } \eta^2=.010$

Vrouwelijke klanten hebben een hogere need for closure dan mannelijke klanten.

Vrouwen: (M=3.77, SD=.584).
Mannen: (M=3.69, SD=.599)
 $F(1;1469)=6.412, p=.011, \text{partial } \eta^2=.004$

VERTROUWEN IN DE BRON

MBO studenten van niveau 4 hebben meer vertrouwen in DUO dan niveau 1.

Model met MBO-niveau als onafhankelijke variabele en vertrouwen in DUO als afhankelijke variabele was significant
 $F(3;587)=9.024, p<.001, \text{partial } \eta^2=.044$

MBO-1: (M=3.50, SD=.563)
MBO-4: (M=4.02, SD=.674)
Post-hoc: $Mdij(4-1)=.50, SE=.095, p<.001$

MBO studenten hebben als bron van informatie meer vertrouwen in ouders dan HO studenten.

MBO: (M=3.85, SD=.830)
HO: (M=3.46, SD=.976)
 $F(1;1234)=56.582, p<.001, \text{partial } \eta^2=.044$

MBO studenten hebben als bron van informatie minder vertrouwen in vrienden dan HO studenten.

MBO: (M=3.37, SD=.779)
HO: (M=3.54, SD=.773)
 $F(1;1234)=14.640, p<.001, \text{partial } \eta^2=.012$

MBO studenten hebben als bron van informatie minder vertrouwen in klasgenoten dan HO studenten.
MBO: (M=3.26, SD=.772)
HO: (M=3.60, SD=.736)
 $F(1;1234)=60.002, p<.001, \text{partial } \eta^2=.046$

MBO studenten hebben als bron van informatie minder vertrouwen in mensen van school dan HO studenten.
MBO: (M=3.81, SD=.742)
HO: (M=4.08, SD=.751)
 $F(1;1234)=41.032, p<.001, \text{partial } \eta^2=.032$

MBO studenten hebben als bron van informatie minder vertrouwen in hulpverleners dan HO studenten.
MBO: (M=3.51, SD=.771)
HO: (M=3.68, SD=.834)
 $F(1;1234)=14.599, p<.001, \text{partial } \eta^2=.012$

MBO studenten hebben als bron van informatie minder vertrouwen in DUO dan HO studenten.
MBO: (M=3.88, SD=.719)
HO: (M=4.09, SD=.745)
 $F(1;1234)=26.589, p<.001, \text{partial } \eta^2=.021$

SOCIALE OMGEVING & ROL OUDERS

MBO studenten schatten sterker in dat hun sociale omgeving regelmatig naar DUO belt dan HO studenten.
MBO: (M=3.68, SD=1.711)
HO: (M=3.04, SD=1.875)
 $F(1;1234)=47.949, p<.001, \text{partial } \eta^2=.031$

Ouders van thuiswonende MBO studenten regelen vaker dingen voor studie (29,5%) dan ouders van uitwonende MBO studenten (14%).
 MBO: 29,5%
 HO: 14,0%
 $\chi^2(1, N=730)=11.087, p=.001$

BERICHTENBOX

MBO studenten weten minder vaak dan HO studenten hoe ze berichten in de berichtenbox kunnen lezen.
 MBO: 60,3%
 HO: 80,3%
 $\chi^2(1, N=1510)=72.536, p<.001$

Van de MBO studenten die weten hoe ze berichten in de berichtenbox kunnen lezen beller er meer dan MBO studenten die niet weten hoe ze deze berichten kunnen lezen.
 Wel weten: 25,2%
 Niet weten: 13,4%
 $\chi^2(1, N=730)=14.855, p<.001$

Van de studenten die bellen weten meer hoe ze de berichten in de berichtenbox kunnen lezen dan studenten die niet biellen
 Bellers: 80,7%
 Niet-bellers: 19,3%
 $\chi^2(1, N=1510)=14.126, p<.001$

OVERIG

Uitwonende MBO studenten bellen vaker dan thuiswonende MBO studenten.
 Uitwonend: 39,3%
 Thuiswonend: 17,3%
 $\chi^2(1, N=730)=26.868, p<.001$

MBO studenten bellen vaker dan HO studenten.
 MBO: 20,5%
 HO: 11,9%
 $\chi^2(1, N=1510)=20.774, p<.001$

Van de MBO niveau 1 studenten bellen er meer naar DUO dan niveau 2, 3 en 4 studenten.
 MBO-1: 32,9%
 MBO-2: 20,8%
 MBO-3: 11,3%
 MBO-4: 19,4%
 $\chi^2(1, N=730)=7.900, p=.005$

Naarmate studenten ouder worden neemt de kans dat studenten bellen toe $B=.040, SE=.017, p=.019, Odds\ ratio=1.041$

Van de MBO studenten zoekt een kleiner deel altijd eerst zelf naar informatie voordat ze DUO bellen dan HO studenten. MBO: 64,7%
HO: 84,9%
 $\chi^2(1, N=243)=11.823, p=.001$

Des te normaler het voor studenten is dat mensen in hun omgeving naar DUO bellen (sociale norm), des te groter is de kans dat ze bellen $Pearson's\ r=.104, p<.001$

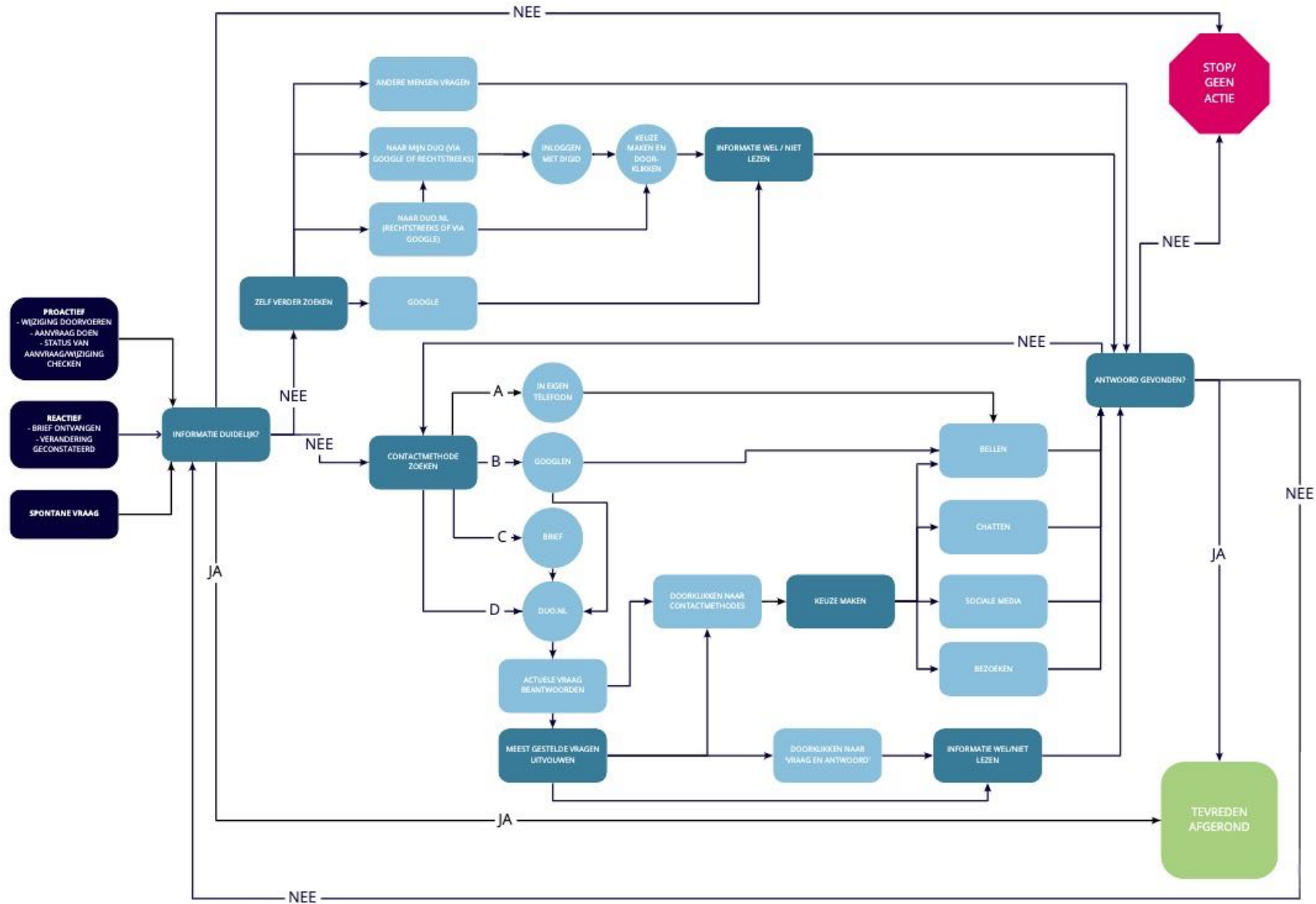
* Enkel de verbanden die significant bleken, zijn weergegeven in dit overzicht.

ANTWOORDEN OPEN VRAGEN EN 'ANDERS, NAMELIJK' ANTWOORDOPTIES

(ALLEEN TOTALE SAMPLE I.V.M. KLEINE N SUBSAMPLES)

- Wat zorgde ervoor dat je belde? 'Anders, namelijk'. N = 50: 55,8% vroeg iets uit zichzelf af, 19,2% wilde iets regelen, 5,8% meer/minder studiefinanciering dan verwacht, 19,2% overig/onduidelijk.
- Als het op deze manier niet lukt om informatie te vinden of je probleem op te lossen, tegen welke situatie loop je dan aan? 'Anders, namelijk'. N = 26: 53,8% de info ontbreekt, 23,1% de situatie ontbreekt/vraag te specifiek, 15,4% te weinig uitleg.
- Met welke persoon (of personen) bespreek je zaken die over opleiding/studie gaan? 'Anders, namelijk'. N = 62: 12,9% familie, 51,6% Partner, 14,5% broer/zus en 21% overig (o.a. reclassering, verzorger, opa&oma of schoonfamilie).
- Studenten zoeken eerst zelf naar informatie omdat ze verwachten dat daar de informatie ook staat, dit logisch vinden en op de derde plaats daarmee een wachtrij aan de telefoon kunnen voorkomen (N = 183).

De klantreis



Vragen?

Dit rapport is geschreven door Gedragsexperts Aranka Sinnema (MSc) en Ruben Dummer (MSc) van onderzoeks- en adviesbureau Duwtje.

Voor vragen kunt u contact opnemen met ruben@duwtje.com.

Over Duwtje

Duwtje is een onderzoeks- en adviesbureau op het gebied van gedragsverandering. Wij helpen met de zoektocht naar verandering. Met kennis van gedrag en de overtuiging dat vele kleine stapjes meer bereiken dan één grote stap. Maar bovenal door met andere ogen naar de vragen te kijken en samen met de organisatie de uitdaging aan te gaan.

Duwtje is opgericht in 2009. Het team van Duwtje heeft samengewerkt met vele organisaties en bedrijven, waaronder ziekenhuizen, gemeentes, goede doelen en verschillende Ministeries en inspecties. Daarnaast verzorgen de Duwtje trainers wekelijks lezingen en in-company opleidingen door het hele land.



DUWTJE NODIG?

duwtje.com